

# 経済・金融 フラッシュ

## 商業販売統計 09年12月 ～燃料小売業が1年3ヵ月ぶりの増加

経済調査部門 研究員 桑島 滋

TEL:03-3512-1838 E-mail: kuwahata@nli-research.co.jp

### 1. 燃料小売業が1年3ヵ月ぶりの増加

1月28日に経済産業省から公表された09年12月の商業販売統計速報によると、小売業販売額は前年比▲0.3%の12兆9950億円と、16ヵ月連続の減少となった。減少幅では前月から縮小したものの、季節調整済前月比では1.2%の減少となった。物価変動の影響を除いた実質値（当研究所試算値）では、前年比2.8%と、7ヵ月連続の増加となった。金額ベースでの落ち込みは、物価下落の影響を強く受けているものと考えられる。

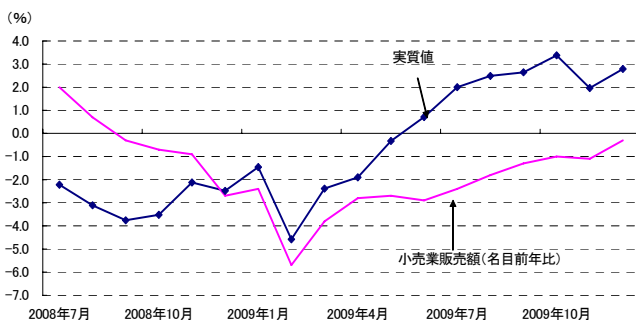
業種別には、飲食料品小売業が前年比▲4.2%（11月：同▲4.1%）と大幅な減少が続いているものの、引き続き政策効果から自動車小売業が前年比14.3%（11月：同21.0%）と、高い伸びを維持したのに加え、ガソリン価格が上昇に転じたことから、燃料小売業が前年比9.0%（11月：同▲2.2%）と1年3ヵ月ぶりに増加した。寄与度別では、自動車小売業が1.3%、燃料小売業が0.9%小売業販売額を押し上げたのに対し、飲食料品小売業が▲1.4%、各種商品小売業が▲0.6%押し下げた。

小売業及びコンビニエンスストア販売額(増減率)

	小売業								コンビニエンスストア販売額		
			大型小売店								
	前月比	前年比	百貨店		スーパー		前年比	前年比	前年比	前年比	
			(既存店)		(既存店)		(既存店)		(既存店)		(既存店)
08年10月	▲0.6	▲0.7	▲2.9	▲4.3	▲7.2	▲6.9	0.0	▲2.6	9.8	7.9	
11月	▲0.2	▲0.9	▲1.7	▲3.1	▲6.6	▲6.3	1.8	▲0.7	9.1	7.2	
12月	▲1.7	▲2.7	▲4.8	▲6.2	▲9.7	▲9.6	▲1.1	▲3.6	7.8	5.8	
09年1月	▲0.1	▲2.4	▲3.8	▲5.5	▲9.4	▲9.2	▲0.2	▲3.1	8.8	6.8	
2月	▲0.2	▲5.7	▲6.5	▲8.1	▲11.8	▲11.4	▲3.4	▲6.1	4.0	2.0	
3月	▲1.0	▲3.8	▲6.7	▲8.2	▲13.3	▲12.9	▲2.1	▲4.9	6.1	3.9	
4月	0.7	▲2.8	▲5.0	▲6.7	▲12.0	▲11.3	▲0.7	▲4.0	6.5	4.0	
5月	0.1	▲2.7	▲4.5	▲6.5	▲12.7	▲12.1	0.5	▲3.0	3.1	0.8	
6月	▲0.2	▲2.9	▲5.2	▲6.8	▲10.1	▲9.1	▲2.1	▲5.4	0.9	▲1.7	
7月	0.5	▲2.4	▲7.0	▲8.4	▲12.8	▲11.8	▲2.9	▲6.1	▲5.1	▲7.5	
8月	1.0	▲1.8	▲5.0	▲6.8	▲10.3	▲8.9	▲2.4	▲5.7	▲3.0	▲5.6	
9月	0.9	▲1.3	▲4.2	▲5.6	▲9.5	▲7.8	▲1.1	▲4.3	▲2.4	▲5.7	
10月	▲0.9	▲1.0	▲6.3	▲7.2	▲12.3	▲10.6	▲2.7	▲5.2	▲2.9	▲5.6	
11月	0.0	▲1.1	▲9.0	▲9.7	▲13.5	▲11.8	▲6.1	▲8.3	▲3.6	▲6.4	
12月	▲1.2	▲0.3	▲4.2	▲4.6	▲7.0	▲5.1	▲2.2	▲4.2	▲2.8	▲5.7	

(資料)経済産業省「商業販売統計」

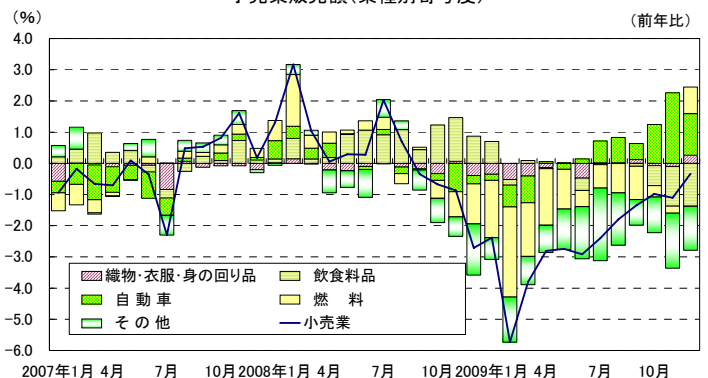
小売販売額の推移



(資料)経済産業省「商業販売統計」

(注)実質値については、消費者物価指数(「財」から「電気・都市ガス・水道」を除いたもの)により実質化  
09年12月については当社予測値にて実質化

小売業販売額(業種別寄与度)



(資料)経済産業省「商業販売統計」

## 2. スーパー、百貨店ともに減少幅が大きく縮小

09年12月の大型小売店の販売額(百貨店とスーパーの合計)は2兆693億円、既存店ベースで前年比▲4.6%となり、21ヵ月連続して前年を下回ったものの、スーパー売上高(同▲4.2%)、百貨店販売額(同▲5.1%)共に3ヵ月ぶりに前月から減少幅が縮小した。

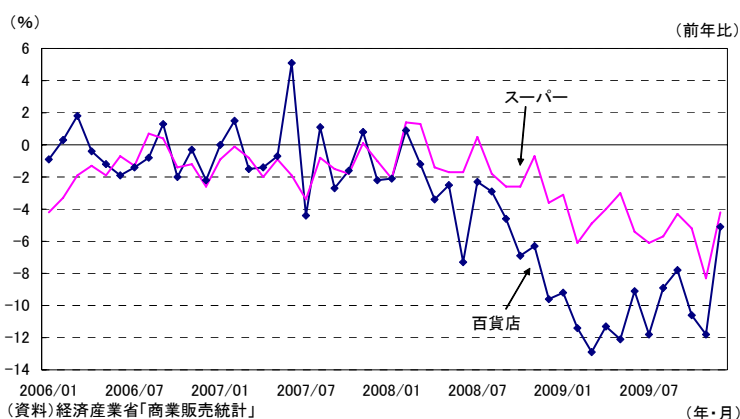
百貨店販売額(既存店)を商品別にみると、紳士服・洋品(前年比▲8.2%、11月:同▲19.4%)、婦人・子供服・洋品(同▲6.3%、11月:同▲14.5%)

となるなど、販売額の4割強を占める衣料品全体(同▲7.1%、11月:同▲15.0%)で減少幅が縮小した。その他の商品でも、飲食料品(同▲3.1%、11月:同▲9.2%)で減少幅が縮小したことに加え、家庭用・電気機械器具(同▲4.6%、11月:同▲1.6%)はエコポイント制度の効果から3ヵ月連続の増加となった。

コンビニエンスストア販売額(商品販売額及びサービス売上高)は6891億円、前年比▲2.8%(全店ベース)と、6ヵ月連続して減少した。商品別では、非食品(前年比▲2.8%、11月:同▲2.7%)、ファーストフード及び日配食品(同▲3.1%、11月:同▲3.7%)、加工食品(同▲3.3%、11月:同▲5.3%)であった。

最近の個人消費は総じてみれば、持ち直しの動きが続いている。ただし、業種別では2極化の動きが続いており、エコカー減税、自動車買換え補助制度などの政策効果から自動車が増加が続いている一方、飲食料品小売業、百貨店などの各種商品小売業では不振が続いている。このことは、個人消費は政策効果に支えられており、自律的な回復に至っていないことを如実に表している。失業率が依然5%を上回る高水準で推移していることに加え、2010年春闘においても、経営側が賃金より雇用重視の姿勢を打ち出すなど、当面、所得環境の改善が期待できない。個人消費の先行きについては政策効果が弱まるにつれ、息切れする可能性が高いものと思われる。

百貨店及びスーパー販売額推移(既存店ベース)



コンビニエンスストア商品販売額(全店ベース 寄与度)

